

# Ekoturizam kao poticaj razvoja poduzetništva u turizmu na primjeru Republike Hrvatske

Toni Miljak, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni odjel za stručne studije, Livanjska 5, 21 000 Split, Republika Hrvatska, [tmiljak@oss.unist.hr](mailto:tmiljak@oss.unist.hr), +38591/517-35-25

Lucija Bačić, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni odjel za stručne studije, Livanjska 5, 21 000 Split, Republika Hrvatska, [lbacic@oss.unist.hr](mailto:lbacic@oss.unist.hr), +38591/536-47-27

Maja Kitić, Sveučilište u Splitu, Sveučilišni odjel za stručne studije, Livanjska 5, 21 000 Split, Republika Hrvatska, [mkitic@oss.unist.hr](mailto:mkitic@oss.unist.hr), +38591/590-77-81

## Sažetak

Turizam je iznimno važna komponenta nacionalnih gospodarstava mnogih zemalja. Prema procjeni Državnog zavoda za statistiku, turizam u Hrvatskoj čini do 20% BDP-a. Republika Hrvatska je posljednjih godina postala popularno turističko odredište te je jedna od rijetkih zemalja u kojoj nije zabilježen pad turističkog prometa. Redovno se uvrštava u top 20 najpoželjnijih svjetskih destinacija. Glavni turistički aduti Republike Hrvatske jesu: očuvan okoliš, kulturno i povijesno naslijeđe, razvedena obala, blaga mediteranska klima te duga turistička tradicija. Država se odredila za kvalitetni, a ne masovni turizam. Cilj je u narednom razdoblju doći na broj od 12 milijuna turista i ne prelaziti ga kako bi se osigurao održivi razvoj. Okretanjem ka kvalitetnom turizmu, Republika Hrvatska omogućuje razvoj te dodatna ulaganja u razne oblike selektivnog turizma među kojima se ističe ekoturizam koji omogućuje lokalnom stanovništvu da ostvari korist u ekološkom, ekonomskom i kulturnom smislu. To je upravo razlog zbog čega se sve veći broj poduzetnika usmjerava prema ekoturizmu. Slovan koji se Hrvatska predstavlja na međunarodnom turističkom tržištu glasi "Mediterranean kakav je nekad bio".

**Ključne riječi:** *ekoturizam, kvalitetan turizam, Republika Hrvatska, turistički promet*

## 1. Uvod

Turizam je društveno ekonomska pojava koja se zasniva na potrebama ljudi za povremenom promjenom prebivališta rada, odmora i zabave, kao i mogućnostima da se te potrebe zadovolje. Ključan je oslonac svekolike dugoročne razvojne strategije Hrvatske, a utemeljen je na prirodno-prometnim resursima i ljudskom kapitalu (Družić, I.2003.).

### Dvije su bitne uloge turizma:

- stabilizator platno-bilančnih odnosa
- stabilizator nacionalnog tržišta radne snage

Turizam treba pomoći uravnoteženju ekonomskih odnosa nacionalnog gospodarstva s inozemstvom. Također, turizam može pomoći u rješavanju nezaposlenosti novim zapošljavanjem u turizmu. Gospodarska kriza, kao i negativna kretanja na svjetskom i domaćem tržištu, uzrokovali su povećanje broja nezaposlenih u Republici Hrvatskoj u razdoblju od 2005. do 2011. godine. Prosječna stopa nezaposlenosti 2005. godine iznosila je 8,6%, 2010. godine 17,6%, a 2011. godine, prema izračunu HZZ-a (<http://www.hzz.hr/default.aspx?id=6191>), 17,9%.

## 2. Važnost turizma u gospodarstvu Republike Hrvatske

Turizam u Republici Hrvatskoj spada u red vodećih gospodarskih djelatnosti na što ukazuju ekonomski pokazatelji u posljednjem desetljeću. Turizam u BDP-u sudjeluje s udjelom između 14 i 20% a prihod od turizma se zadnjih 7 godina povećao (2005. godine iznosio je 6 milijardi EUR, 2010. godine 6,23 milijarde EUR dok 2011. godine, prema procjeni HNB-a, iznos prihoda od turizma trebao bi iznositi 6,67 milijardi EUR). Procjenjuje se da je u turizmu, što direktno, a što indirektno, zaposleno između 120 i 130 tisuća ljudi.

Za turizam se može kazati kako ima anticikličko djelovanje u doba recesije (Družić, 2003.). Osamdesetih godina 20. stoljeća dolazi do recesije u gospodarstvima razvijenih zemalja. S druge strane, u isto vrijeme dolazi do ekspanzije turizma i prateće industrije. Pojavom svjetske gospodarske krize u ljeto 2007. godine, sličan trend javlja se i u Hrvatskoj.

U tablici 1. prikazan je turistički promet u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2008.-2011. godine

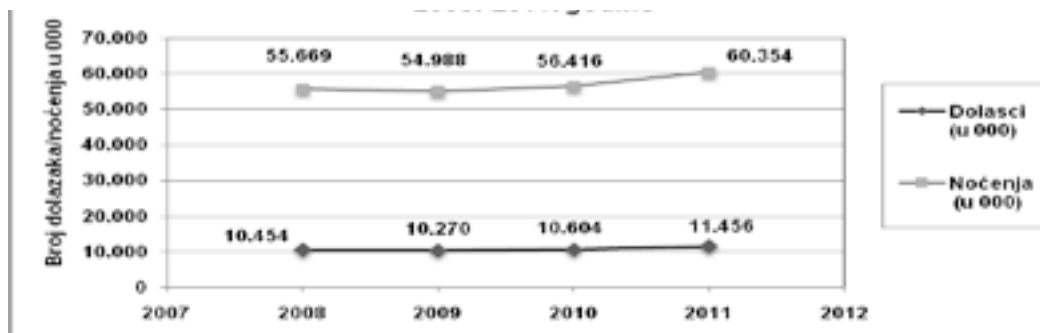
**Tablica 1.** Turistički promet u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2008.-2011.

Godina	Dolasci (u 000)	Indeks	Noćenja (u 000)	Indeks	Dužina boravka (u danima)
2008.	10.454	101,00	55.669	101,91	5,3
2009.	10.270	98,24	54.988	98,78	5,4
2010.	10.604	103,25	56.416	102,60	5,3
2011.	11.456	108,03	60.354	106,98	5,3
Stopa promjene 2008. - 2011. (u %)	+2,6		+2,6		

Izvor: Državni zavod za statistiku

Iz tablice 1. vidljivo je da se broj dolazaka turista, kao i broj noćenja, povećao. U navedenom razdoblju stopa rasta pozitivna je te iznosi 2,6%. Dužina boravka u danima 2011. godine bila je na razini 2008.godine i iznosila je 5,3 dana po gostu.

**Graf 1.** Kretanje turističkog prometa u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2008.-2011.



Izvor: Prema tablici 1.

Jedan od preduvjeta za razvoj turizma jest i povoljan zemljopisno-prometni položaj te razvijenja prometna infrastruktura. U promet je, 2005. godine, puštena autocesta Zagreb-Split. Autocesta se iste godine nastavila graditi prema Dubrovniku, 2008. godine dovršen je puni profil autoceste Zagreb-Rijeka, a trenutno je u izgradnji proširenje Istarskog ipsilona u puni profil autoceste. Ulaže se i u modernizaciju željezničke mreže.

Splitska trajektna luka, prema broju putnika, treća je putnička luka na Mediteranu.

S obzirom da se Republika Hrvatska nalazi na križanju zračnih putova za južnu, istočnu i srednju Europu, ima i značajan geoprometni položaj u zračnom prometu. Sedam je zračnih luka namijenjenih međunarodnom prometu: Zagreb, Osijek, Pula, Rijeka, Zadar, Split i Dubrovnik. Međunarodna zračna pristaništa (za manje zrakoplove do 50 putnika) jesu Brač, Lošinj, Vrsar i Osijek-Čepin.

U tablici 2. prikazan je način dolaska kao i organizacija dolaska turista u razdoblju 2008.-2011.:

**Tablica 2.** Način dolaska turista i organizacija putovanja u razdoblju 2008.-2011.

Način dolaska u RH (u%)	2008.	2009.	2010.	2011.
<b>Cestom</b>	94,5	94,2	93,9	93,5
<b>Vlakom</b>	1,0	1,1	0,9	0,9
<b>Zrakoplovom</b>	2,7	2,8	3,0	3,3
<b>Brodom</b>	1,8	2,0	2,2	2,3
<b>Organizirano</b>	64,2	33,9	37,2	37,3
<b>Individualno</b>	65,3	66,1	62,8	62,7

Izvor: Državni zavod za statistiku

Prema tablici 2., glavnina turista (preko 90%) u Hrvatsku pristiže cestovnim putem. Prošle, 2011. godine došlo je do porasta broja putnika koji pristižu zrakoplovom, zahvaljujući prije svega, brojnim niskotarifnim aviokompanijama. Od zračnih luka na obali, ističe se splitska s 1.300.381 putnika 2011. godine čime je ostvarila povećanje u odnosu na prethodnu godinu za 6,61%.

Smanjivanje broja turista prevezenih vlakom posljedica je ukidanja sezonskog vlaka na relaciji Bratislava-Split te Prag-Split 2010. godine. Pozitivni primjeri u željezničkom prometu jesu uspostavljanje direktnih sezonskih vlakova na relaciji Budimpešta-Split, Moskva-Split te Beograd-Split.

U ukupnim dolascima, individualnih turista bilo je 62,7 %, dok je organiziranih dolazaka bilo 37,3%.

Prilikom donošenja odluka u turizmu, bitno je spoznati strukturu kapaciteta smještaja te na koji način je ona iskorištena.

**Tablica 3.** Ukupan broj kreveta u Republici Hrvatskoj po vrstama objekata za smještaj

	Ukupan broj kreveta (u 000)				Stopa promjene 2008.-2011.
	2008.	2009.	2010.	2011.	
<b>Hoteli i aparthoteli</b>	118	121	123	128	102,50
<b>Turistička naselja</b>	48	32	32	30	88,18
<b>Kampovi</b>	214	229	232	231	100,75
<b>Kućanstva - sobe, apartmani, kuće za odmor</b>	442	435	428	452	101,85
<b>Ostali objekti</b>	85	92	95	94	108,86
<b>Ukupno objekti</b>	<b>907</b>	<b>909</b>	<b>910</b>	<b>935</b>	<b>101,34</b>

Izvor: Državni zavod za statistiku

**Tablica 4.** Iskorištenost kapaciteta smještaja u razdoblju 2008.-2011.

	Iskorištenost kapaciteta u danima				Stopa promjene 2008.-2011.
	2008.	2009.	2010.	2011.	
<b>Hoteli i aparthoteli</b>	128,99	118,33	122,32	126,13	99,17
<b>Turistička naselja</b>	76,63	88,53	87,19	90,57	103,34
<b>Kampovi</b>	62,38	60,24	60,92	65,75	102,74
<b>Kućanstva - sobe, apartmani, kuće za odmor</b>	41,14	43,22	44,53	45,88	102,72
<b>Ostali objekti</b>	61,60	56,96	56,74	59,18	97,08
<b>Ukupno objekti</b>	61,38	60,49	62,00	64,55	101,06

Izvor: Državni zavod za statistiku

U razdoblju 2008.-2011., ukupan broj kreveta porastao je za 28.000 (porast od 3%), od čega se najveći broj odnosi na smještajni kapacitet u turističkim kampovima. U navedenom razdoblju također dolazi do smanjenja smještajnih kapaciteta u turističkim naseljima. Što se tiče popunjenosti kapaciteta, najveću popunjenost imali su hoteli i aparthoteli u kojima je 2011. godine prosječna iskorištenost kapaciteta bila 126 dana (4 dana više nego 2010. godine). Prosječna iskorištenost kapaciteta porasla je i kod turističkih naselja, kampova te u privatnom smještaju.

Popunjenost privatnog smještaja od samo 46 dana godišnje ukazuje na nužnost poboljšanja turističke ponude koju pružaju privatni iznajmljivači.

S obzirom da Hrvatska teži kvalitetnom turizmu, otvara se mogućnost razvoja selektivnih oblika turizma poput nautičkog turizma, ronilačkog turizma, krstarenja na motornim jedrenjacima, sportskog turizma, izletničkog turizma, zdravstvenog turizma, pustolovnog turizma, kongresnog turizma, vjerskog turizma te ekoturizma.

### 3. Ekoturizam u Republici Hrvatskoj

Ekoturizam je oblik turizma u kojem osviješteni gosti podupiru zaštitu prirode i okoliša na destinaciji koju su odabrali, kao i kulturnu baštinu lokalne zajednice. Glavne karakteristike ekoturizma jesu:

- promicanje održive aktivnosti malog razmjera bliske prirodnom okolišu,
- opsluživanje pojedinačnih posjetitelja ili male grupe,
- naglasak na kakvoći proizvoda i personaliziranu uslugu,
- potiče veliko zanimanje za lokalni okoliš i lokalne proizvode,
- pomaže u promicanju odgovornog ponašanja i podizanju svijesti o potrebi zaštite prirode.

Turisti koji prakticiraju ekoturizam ne razmišljaju samo o tome da za uloženi novac dobiju što više, već žele što manje utjecati na područje koje su odlučili posjetiti, pazeći pritom da i lokalna zajednica zauzvrat dobije prihod koji joj osigurava egzistenciju. To znači da preferiraju konzumaciju domaćih, autohtonih proizvoda, po mogućnosti iz ekološkog ili pak organskog uzgoja, zatim upoznavanje s običajima i kulturom lokalnog stanovništva. Često se takav oblik turizma veže uz posjet nekim zaštićenim prirodnim područjima. Takvi gosti vode računa i o načinu prijevoza pa se mnogi, imaju li mogućnosti, odlučuju za željeznicu budući da ona manje utječe na okoliš od automobila.

Prema predviđanjima Svjetske turističke organizacije (dalje: WTO), broj će se turista u Europi udvostručiti idućih 20 godina. Takvom stalnom rastu pridonosi nekoliko čimbenika koji uključuju i porast broja niskotarifnih zrakoplovnih kompanija, povećanu uporabu Interneta i širenje Europske Unije (dalje: EU) čime se otvaraju nova tržišta u novim i pristupnim državama EU-a poput Hrvatske. WTO-ova istraživanja, također, pokazuju da se gosti sve više i više okreću otkrivanju različitih oblika turizma. Oni često traže autentično iskustvo koje se temelji na lokalnoj kulturi i tradiciji, koje je u većem skladu s prirodnim okolišem i koje nudi prijateljsku, personaliziranu uslugu.

Hrvatska ima idealnu poziciju za iskorištavanje novih mogućnosti u turizmu. Mnogim je budućim turistima ona relativno „nova“ destinacija koja ima raznovrsnu floru i faunu kao i mnoge aktivne kulturne tradicije. Od bujnih zelenih poplavnih nizina u Slavoniji do planinskih vrhova Velebita, od idiličnoga ruralnog krajobraza Istre do dramatične dalmatinske obale i mirisnih otoka raspršenih po mirnom Jadranu – Hrvatska nudi nešto za svačiji ukus (Natura 2000, 2010.).

Privatni smještaj popunjen je prosječno 46 dana godišnje pa je okretanje ekoturizmu idealna prilika za privatne iznajmljivače. Ministarstvo turizma (dalje: Ministarstvo) donijelo je nekoliko akcijskih planova koji privatnicima olakšavaju pokretanje ekoturizma. Ministarstvo je s Hrvatskom bankom za obnovu i razvoj postiglo dogovor kojim se omogućava postizanje nižih kamatnih stopa na kredite vezane uz turizam (neke od kreditiranih stavki su i ulaganje u razvoj ruralnog turizma, ulaganje u izgradnju ili adaptaciju energetski učinkovitih hotela). Kamate na takve kredite iznose 1,3 do 5%. Osim potpore Ministarstva, Hrvatska gospodarska komora te Hrvatska obrtnička komora sa svojim savjetodavnim tijelima pružaju pomoć pri pokretanju posla.

Ekološka poljoprivreda je, uz kulturne znamenitosti, bitan čimbenik ekoturizma. Ministarstvo poljoprivrede Republike Hrvatske 2011. godine donijelo je, a na temelju podataka iz 2009. godine, Akcijski plan razvoja ekološke poljoprivrede za razdoblje 2011.-2016.

Ključ uspješne ekoproizvodnje jest postojeća plodnost tla koja se temelji na prirodnim sposobnostima biljaka, životinja i krajobraza s ciljem optimiziranja kvalitete u svim aspektima poljoprivrede i zaštite okoliša. Maksimalno smanjenje uporabe kemijskih umjetnih gnojiva, pesticida i zaštitnih sredstava, omogućavaju djelovanje snažnih prirodnih zakona koji povećavaju prirodu i otpornost na bolesti (Ibidem).

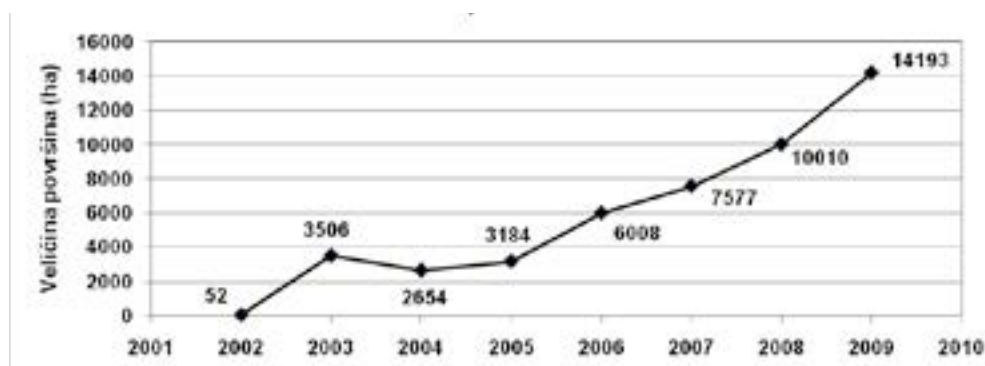
Oznaku “Hrvatski ekoproizvod” izdaju tri privatne tvrtke s područja Republike Hrvatske, dok Ministarstvo zaštite okoliša izdaje oznaku: “Prijatelj okoliša.”

**Slika 1.** Vizualni identiteti oznaka “Hrvatski ekološki proizvod” i “Prijatelj okoliša”



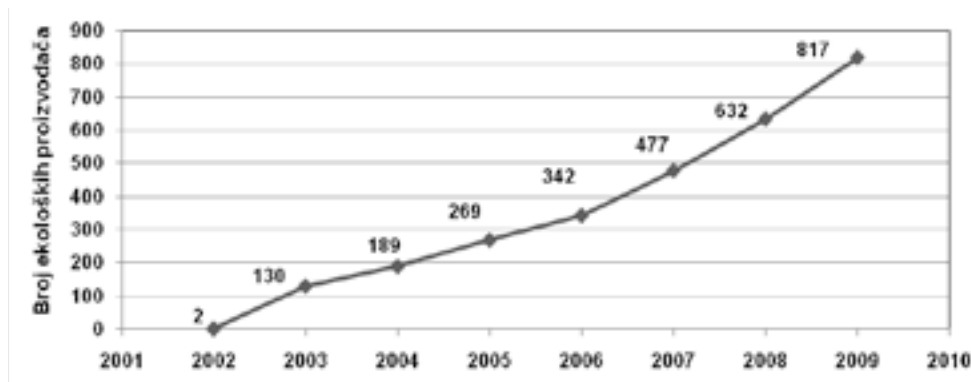
Krajem 2009. godine, u Hrvatskoj je bilo registrirano 14.193 ha poljoprivrednog zemljišta pod stručnim nadzorom, uključujući i površine u prijelaznom razdoblju (70%) što je prikazano grafom 2.:

**Graf 2.** Prikaz kretanja rasta veličina površina pod ekološkom poljoprivredom u Republici Hrvatskoj u razdoblju 2002.-2009.



Izvor: Ministarstvo poljoprivrede, ribolova i ruralnog razvoja

Unatoč nesumnjivim prirodnim preduvjetima za razvitak ekološke poljoprivrede, mora se konstatirati kako Hrvatska spada u skupinu rijetkih europskih zemalja u kojima je ovaj vid poljoprivredne proizvodnje još uvijek nedovoljno razvijen. Iako se o proizvodnji takozvane “zdrave hrane” gotovo svakodnevno piše i govori, činjenica je da u ovom trenutku mali broj hrvatskih proizvoda može nositi znak „ekoproizvoda”. Ipak, broj registriranih proizvođača ekoproizvoda raste. Krajem 2009. godine broj upisanih proizvođača u Upisniku proizvođača u ekološkoj proizvodnji poljoprivrednih i prehrambenih proizvoda bio je 817, a u početkom 2010. godine bilo je više od 1.000 ekoloških proizvođača.

**Graf 3.** Prikaz kretanja broja ekoloških proizvođača u Republici Hrvatskoj u periodu 2002.-2009.:

Izvor: Ministarstvo poljoprivrede, ribolova i ruralnog razvoja

## 4. Oblici gospodarstava u ekoturizmu

U radu će se opisati primjeri poduzetništva u ekoturizmu kroz organizaciju istarske stancije, dalmatinskog etno-eko sela te baranjske etno kuće.

### 4.1. Istarske stancije

Stancija predstavlja obnovljeno i rekonstruirano ( uz korištenje samo prirodnih materijala) ogromno obiteljsko seosko poljoprivredno gospodarstvo u cilju pružanja turističkih usluga. Stancija je u pravilu odvojena od sela i naseljenih mjesta sa svom potrebnom infrastrukturom. Osim prilagođavanja domaćinstva za usluge turizma, stanciju karakterizira veliki posjed (imanje, odnosno pripadajući okoliš) sa zgradom za stanovanje (glavna kuća) te gospodarskim zgradama i novo pokrenuta poljoprivredna proizvodnja jednog ili više proizvoda tipičnih za Istru. Dan je naglasak na malom smještajnom kapacitetu s maksimalnim komforom i prostorom te specijaliziranom ponudom. Smještaj u stanciji ne dijeli se na posebne smještajne jedinice tako da ne postoji mogućnost da dvije različite obitelji borave u domaćinstvu ([www.ruralis.hr](http://www.ruralis.hr)).

Razvoj stancija podupire i Istarska županija koja je donijela "Strateški program ruralnog razvoja Istarske županije".

Istarske stancije nude uz smještaj i mogućnost sudjelovanja u poljoprivredi (npr. berba maslina, tartufa i grožđa, pravljenje maslinova ulja, degustacija autohtonog vina, ), kulinarskim tečajevima autohtone istarske hrane te glazbenim radionicama gdje se gosti uče svirati tradicionalne istarske instrumente (harmonika triestina, roženice, mišnice, šurle, sopelice).

Vlasnici stancija posebnu pozornost obraćaju na kvalitetu hrane. Ona se uzgaja ekološki kako bi se gost imao što bolji doživljaj stare Istre. Osim po tartufima, Istra je poznata i po istarskom pršutu. Pojedine stancije, ukoliko se nalaze u blizini željezničke pruge, organiziraju izlete vlakom na Učku ili u Buzenštinu gdje se, pak, organiziraju biciklističke ture.

## 4.2. Dalmatinska etno-eko sela

Cilj razvoja etno-eko sela u Dalmaciji jest revitalizacija pitoresknog pastirskog sela. Revitalizacijom se omogućuje gospodarski razvoj sela uključujući i okolna ruralna područja što u konačnici, može spriječiti raseljavanje stanovništva kao i povratak domaćeg stanovništva. Ministarstvo i Hrvatska banka za obnovu i razvoj, preko programa "Turizam na selu", u 2011. godini omogućili su financiranje razvoja etno-eko sela. Krediti su dani na rok od 15 godina s počekom od jedne godine s fiksnom kamatnom stopom od 8% godišnje. Budući da Ministarstvo subvencionira kamatnu stopu s fiksnih 6% godišnje, to znači da je kamata za primatelja kredita 2% godišnje.

Slično kao i u Istri, etno-eko sela u Dalmaciji omogućavaju turistima smještaje u autohtonim kamenim, dalmatinskim kućama, obilasku vinskih cesta, uživanje u tradicijskoj proizvodnji i starim obrtima (npr. mljevenje brašna), uživan je u domaćoj hrani (naglasak je na ekološki uzgojenoj) poput pršuta, povrća, svježeg mlijeka domaćih životinja te u pravljenju i degustiranju domaće rakije. Gostima etno-eko sela prikazuju se i tradicionalne dalmatinske društvene igre poput šijavice, igara na karte (briškula i trešeta), boćanja te bacanja kamena s ramena. Dalmatinska etno-eko sela u svojoj ponudi imaju i etnografsku zbirku u kojoj je prikazana povijest kraja u slikama, kao i narodna nošnja uz autohtone instrumente kao što su gusle i diple.

## 4.3. Baranjske etno kuće

Kao i u Istri i u Dalmaciji, i u Baranji privatni poduzetnici koriste razne mogućnosti financiranja razvoja ekoturizma. Jedna je od tih mogućnosti i IPARD-ov program za ulaganje u razvoj seoskog turizma za kojeg je izdvojeno, iz predpristupnih EU fondova, 184 milijuna EUR.

Turistička sezona u Baranji traje od travnja do rujna, a gosti su zainteresirani za aktivni turizam i boravak u prirodi. Vožnja biciklom, otkrivanje ostataka Panonskog mora, izrada sapuna, uni-katni suvenir, vrhunska vina, posjeti Kopačkom ritu samo su dio onoga što turisti mogu doživjeti u Baranji.

Tipična baranjska etno kuća nalazi se u blizini vinograda i nepreglednih baranjskih polja. Uz ekološku poljoprivrednu proizvodnju, posjetiteljima etno kuća nude se baranjski specijaliteti poput fiš paprikaša, kulena, vina, rakije te soma. Vlasnici etno kuća svojim gostima pokazuju i tradicionalne obrte poput izrade klompa, bačvi i namještaja, grnčarske radione sa starim grnčarskim kolom, kovačnice.

## 5. Zaključak

Hrvatska je tradicionalno turistički orijentirana zemlja. Rast turističkog prometa posljednjih godina potvrđuje da je Hrvatska na putu da turizam postane aktivni generator razvoja gospodarstva. Pravilno pozicioniranje na dinamičnom i konkurentnom turističkom tržištu uvjetovano je praćenjem suvremenih trendova kroz koje se identificiraju kretanja potražnje, nove tržišne prilike, područja mogućih ulaganja i infrastrukturne potrebe. Posljednjih godina na tržištu potražnje raste preferencija turista za specifičnim vrstama turizma. Povijesna baština, predivna priroda i ugodna klima okvir su koji će, uz razvoj visokokvalitetnog smještaja, bogate ponude sadržaja i zabave te vrhunske usluge, omogućiti Hrvatskoj da bude privlačna za suvremene turiste. Jedna od mogućnosti obogaćivanja ponude jest i razvoj ekoturizma. Sastavni je dio ekoturizma i ekološka poljoprivreda. Plan je Ministarstva poljoprivrede, ribarstva i ruralnog razvoja da u pet godina, od 2011. do 2016., ekopoljoprivreda u Hrvatskoj naraste na osam posto ukupne proizvodnje.



# Ecotourism as a Stimulation for Tourism Entrepreneurship Development In the Example On Republic of Croatia

## Abstract

Tourism is an extremely important component of the national economies of many countries. According to estimates by the State Institute of Statistics, Tourism in Croatia makes up to 20% of GDP. In recent years, Croatia has become a popular tourist destination and is one of the few countries that did not decrease the tourist traffic. It is regularly ranked in the top 20 world's most desirable destinations. The main tourist attractions of Croatia are preserved natural environment, cultural and historical heritage, rugged coastline, mild Mediterranean climate and long tourist tradition. Country has determined for quality rather than mass tourism. The goal is to get number of 12 million tourists in the next period and not exceed it in order to ensure sustainable development. Turning to quality tourism, Croatia allows the development and further investment in various forms of selective tourism among which emphasizes ecotourism that allows local people to realize benefit from the ecological, economic and cultural sense. This is exactly the reason why a growing number of entrepreneurs focuses toward to ecotourism. The slogan that represents Croatia in international tourism market is "The Mediterranean as it once was".

**Keywords:** *ecotourism, quality tourism, Republic of Croatia, tourist traffic*

## Literatura

1. Družić, I., (2003). Hrvatski gospodarski razvoj. Zagreb: Ekonomski fakultet Sveučilišta u Zagrebu
2. Hansrudei, M. (2004). Turizam i ekologija. Zagreb: Masmedia
3. Natura Croatica (2010). Zagreb: Hrvatski prirodoslovni muzej
4. <http://www.dzs.hr/Hrv/publication/FirstRelease/firstreldet.asp?pYear=2011&plIDSubject=9> (sačuvano: 28.03.2012.)
5. <http://www.hbor.hr/Default.aspx?sec=1395> (sačuvano: 02.03.2012.)
6. <http://www.hzz.hr/default.aspx?id=4114> (sačuvano 02.03.2012.)
7. <http://www.mint.hr/default.aspx?id=976> (sačuvano 03.03.2012.)
8. <http://www.ruralis.hr> (sačuvano 28.02.2012.)